



10.3. Wat willen de leden?

Veel hengelsportverenigingen hebben als doelstelling: 'Het behartigen van de belangen van de sportvisserij in het algemeen en de leden van de vereniging in het bijzonder.' Maar wat willen je leden dan? Die vraag blijft vaak onbeantwoord.

Uit onderzoek blijkt dat twee derde van de hengelsportverenigingen buiten de ALV om op geen enkele wijze informeert naar de wensen van de leden. En aangezien er - inclusief bestuur en actief kader - meestal niet meer dan 20 tot 40 leden aanwezig zijn op een ALV, betekent dit dat de wensen van de meeste leden niet worden gehoord.

Gebruik als bestuur de slecht bezochte ALV niet als excuus om niet naar de wensen van de leden te hoeven informeren. De ALV is overigens ook niet de plek om leden hun wensen en ideeën te laten uiten.

De wensen van je leden zijn echter wel een belangrijk uitgangspunt voor het te voeren beleid. Het is dan ook een belangrijke taak van het bestuur om daar actief naar te informeren. Maar hoe doe je dat?

Persoonlijk contact

Communicatie vindt plaats tussen mensen. Daarom blijft, juist binnen een vereniging, het belangstellende gesprek tussen mensen het belangrijkste. Uiteindelijk krijg je dan het beste gevoel bij wat er leeft binnen je club en wat mensen bezighoudt. Dat is ledenbinding en de beste reden voor sportvissers om ook lid te worden én blijven van hun lokale hengelsportvereniging.



Door regelmatig als bestuurders aan de waterkant en bij activiteiten te praten met leden en hen te vragen naar hun mening, kun je veel te weten komen over wat je leden belangrijk vinden.



Online enquête of ideeënbus

Een online enquête is een snelle, makkelijke en goedkope manier om de mening van je leden te peilen. Maak de enquête niet te uitgebreid, de drempel is voor online deelnemers lager als ze binnen een paar minuten klaar zijn met invullen. Kondig de enquête bij voorkeur aan in een (digitale) nieuwsbrief en plaats een link naar de enquête duidelijk zichtbaar op je website en social media. Op internet zijn diverse gratis enquêteprogramma's te vinden, zoals ThesisTools Pro en SurveyMonkey.

Naast een online enquête kun je de leden op je website ook de mogelijkheid bieden om ideeën en wensen aan te geven. Bijvoorbeeld via het contactformulier.

De praktijk wijst echter uit, dat de respons zowel bij enquêtes als bij een ideeënbus veelal tegenvalt.

Social media

Via Facebook, Instagram en Twitter kun je actief online contact onderhouden met je leden. Vooral jongere leden communiceren tegenwoordig vooral via sociale media. Sociale media lenen zich beter voor het peilen van meningen dan de traditionele website. Toch blijkt ook dit middel vergeleken met het directe, persoonlijk contact van beperkte waarde.

Op naar de waterkant dus!